

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social
Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica/Tesina

Internet, el nuevo Espacio Público

Los continuos avances tecnológicos de Internet,
sus consecuencias en la Opinión Pública y la
modificación del Espacio Público



Realizada por: Hugo Hernán Mannini

Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Ana Laura García Luna
Tutor de la tesis monográfica/tesina: Prof. Máximo Paz
Asesor metodológico: Prof. Leonardo Cozza
Asignatura: Tesina
Comisión: CLPEN

Buenos Aires, noviembre de 2014
hugomannini@hotmail.com
4902-6031
15-5348-8756

Abstract

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo comprobar la hipótesis de que la Esfera Pública contemporánea se constituye y crece a partir de los recursos tecnológicos implementados por los medios de comunicación social en Internet, desplazando en tal magnitud a las anteriores formas de participación del público.

La misma surgió de una motivación personal, al observar de qué manera y con qué vehemencia, muchos usuarios de diarios online comentan en las noticias que suben los distintos diarios argentinos.

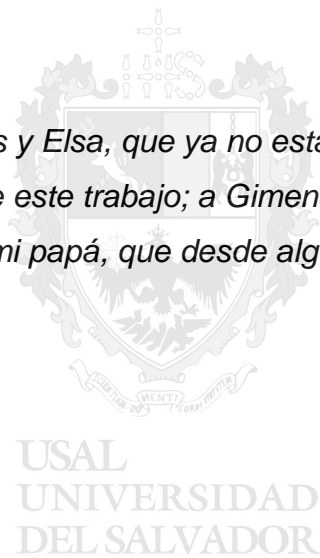
Para llevar a cabo este trabajo se realizó un exhaustivo repaso por las teorías más importantes de Opinión Pública, vistas desde las perspectivas de distintos autores y explicando cada una, para así llegar a nuestro objeto de estudio: El Espacio Público. También se recorrió el camino de la historia de Internet, repasando todas sus aristas.

Por otro lado, se articularon y analizaron ejemplos en los que se demostró nuestra hipótesis, sobre cómo los usuarios debaten en este nuevo Espacio Público y la importancia del mismo. Asimismo, también se realizaron entrevistas semi-estructuradas con políticos, periodistas, profesores e investigadores relacionados con el tema a fin de corroborar nuestra teoría.

El presente trabajo pretende ser un aporte al debate actual sobre Espacio Público e Internet, y un estudio plausible de ser retomado por futuras investigaciones que ahonden sobre este tema en el campo de la Comunicación.

Opinión Pública – Espacio Público - Internet

A mis abuelos, Juan Carlos y Elsa, que ya no están pero que siempre me apoyaron para que terminase este trabajo; a Gimena, mi mujer, incondicional; a mi hermana, a mi mamá, y a mi papá, que desde algún lado siempre me acompaña.



Indice

Introducción.....	5
Capítulo I	13
I.I. Opinión pública, su definición e historia. Evolución en el tiempo.....	13
I.II. La Opinión Pública y la política	18
I.III. La política.....	18
I.IV. El hombre y la política	21
I.V. Democracia	24
I.V.I. Grandes hitos de la Democracia	27
I.V.I.I. La Revolución de Estados Unidos	28
I.V.I.I.I. Constitución de Estados Unidos	30
I.V.I.II. La Revolución francesa.....	31
I.V.I.II.I. La Declaración de los derechos del Hombre y del Ciudadano	34
I.V.I.II.II. Liberté, égalité, fraternité.....	34
I.VI. Espacio Público	35
I.VI.I. El nuevo Espacio Público y nuestra propuesta superadora	38
I.VI.I.I. El Debate	40
I.VI.I.II. Multitud, público y masa	40
I.VI.I.III. Fases del debate	42
I.VI.I.III.I. Los actores y los espectadores del debate	43
I.VI.I.III.II. Las Opiniones dentro del debate	44
I.VI.II.I. Los líderes de Opinión	44
I.VII. Consideraciones finales.....	46
Capítulo II	47
II.I. El nacimiento de una nueva era	47
II.II. La triple W y la masificación	49
II.III. El crecimiento a gran escala	50
II.IV. La web 2.0	52
II.V. La interacción de los usuarios	53
II.V.I. Blogs	54

II.V.II. Wikipedia	55
II.V.III. Flickr	55
II.V.IV. LinkedIn	56
II.V.V. Del.icio.us.....	56
II.V.VI. MySpace.....	57
II.V.VII. Digg.....	57
II.V.VIII. Gmail	58
II.V.IX. Facebook	58
II.V.X. YouTube	59
II.V.XI. Twitter	59
II.V.XII. Google +	60
II.VI. Los medios online	60
II.VII. Noticias comentadas.....	63
II.VII.I. Los tipos de usuarios que comentan	66
II.VIII. Radio y Televisión	67
II.IX. Consideraciones finales	68
Capítulo III	69
III.I. El nuevo Espacio Público e Internet	69
III.II. Inteligencia Colectiva	73
III.III. La importancia de la Inteligencia Colectiva en la política	74
III.IV. Democracia online: el ejemplo de Islandia	84
III.V. Importancia de la comunicación en Internet para la política	86
III.VI. Especialistas y su opinión	94
Conclusiones	101
IV.I. Consideraciones generales	101
IV.II. ¿Por qué Internet?	103
IV.III. El Nuevo Espacio Público	105
Bibliografía.....	108
Apéndice	

Introducción

El 7 de abril de 2008, el diario Perfil en su versión digital publicaba una nota que titulaba: “Perfil.com comienza a destacar el ‘comentario del día’”¹. En ella, contaban que a partir de esa fecha, el diario iba a escoger un comentario de un usuario y lo iba a publicar en su home. En la misma nota, explicaban el fundamento de esta idea, un tanto original en lo que respecta a los medios locales de aquel entonces: “Queremos que nuestros lectores tengan cada vez más protagonismo y que sus opiniones enriquezcan la información que publicamos todos los días”².

Con esto, Perfil.com no hacía más que dar identidad a lo que los usuarios pensaban, creían y opinaban en el final de cada noticia que el medio publicaba. Con esta simple idea, el medio realizaba la función del lector, quien no sólo recibía la información, sino que podía discutir sobre ella. Esta aplicación significaba que iban a leer todos los comentarios que se escriban y se publiquen, y, además, iban a tomar al más completo, crítico o “mejor”, desde la mirada del medio. Esas oraciones, algunas incoherentes y otras no, iban a ser protagonistas dentro del diario digital.

De esta manera, nace nuestra premisa de estudio, nuestra hipótesis sobre el nuevo Espacio Público creado a partir de esta activa participación de los usuarios de los medios online:

La esfera pública contemporánea se constituye y crece a partir de los recursos tecnológicos implementados por los medios de comunicación social en Internet, desplazando en tal magnitud a las anteriores formas de participación del pública.

No obstante, en la nota hay un párrafo que explica muy bien la razón de esta Tesina, en cuanto a la voz de los lectores y su participación en la formación de un nuevo Espacio Público:

¹ Diario Perfil, “Perfil.com comienza a destacar el ‘comentario del día’”, www.perfil.com/contenidos/2008/04/07/noticia_0023.html, consultado el 7 de abril de 2008.

² Ibidem

Mientas en nombre de la Patria y el nacionalismo, la Democracia y el progreso, el Gobierno busca por todos los medios forzar el consenso, promoviendo la escasez de ideas, Perfil.com apuesta por la multiplicidad de opiniones y por el debate como un valor fundamental para la sociedad, como un criterio de abundancia estratégica para hacer un país mejor.³

Perfil.com advirtió la importancia de esas oraciones que los lectores escriben luego de las noticias. En este espacio ellos debaten sobre lo que cuenta la información, pero también agregan ideas sobre otros temas de la sociedad y que están en la picota de la agenda de los Mass Media. La idea del medio era utilizar ese espacio a su favor, y poner en conocimiento el comentario, que a su entender, fuera el “mejor”. Claro está, con esto buscaban aumentar en calidad y cantidad las opiniones de sus lectores, así como también la participación y la discusión. Creían en la formación de un Espacio Público dentro de Perfil.com, y por eso lo alentaban.

Esta idea implementada por el medio del grupo homónimo se acerca al objetivo de este trabajo:

Con la creciente tendencia de cambio que existe en los últimos años, acompañada por los constantes avances tecnológicos, Internet ha sido el medio de comunicación que más rápido hay llegado a captar adeptos.

Con esta tesina lo que se demostrará es que los espacios para comentar las notas de los diarios de Internet están generando el nuevo Espacio Público, ya que los participantes no sólo opinan sobre el tema en cuestión, sino también hacen referencias a los temas que están en el tapete informativo y en boca de la sociedad.

Algo muy similar ocurrió algunos meses después, con la versión online de otro diario nacional. El 5 de agosto de 2008, el diario Crítica publicó: “La culpa de todo la tiene Lanata”⁴. En esa nota, explicaban que a partir de ese día iban a

³ Ibidem

⁴ Diario Crítica Digital, “La culpa de todo la tiene Lanata”, www.criticadigital.com.ar/index.php?secc=nota&nid=6415, consultado el 5 de agosto de 2008.

publicar “las rarezas de los comentaristas de Críticadigital”⁵ . Es decir, ni más ni menos que los comentarios que los usuarios dejaban en el diario y que eran referidos al entonces director del medio, el periodista Jorge Lanata, iban a tomar relevancia, más allá de ocupar un par de líneas debajo de una nota. Algo muy parecido a lo que aplicó Perfil.com, a diferencia que no buscaban calidad, sino extravagancia e imaginación en los lectores.

El recurso tecnológico de los comentarios ha llegado para quedarse. En ese espacio, los usuarios expresan sus ideas, sus críticas, sus enojos. “Los comentarios de las notas son un termómetro para medir la opinión del público”⁶, afirma la nota del diario Crítica. Sin duda.

Justamente, y como aclaramos antes en nuestros objetivos, esta sección que aparece debajo de una noticia se podría entender como la nueva esfera pública contemporánea, que crece como medio de discusión y debate sobre los temas que afectan a la sociedad. En este lugar, limitado por el número de caracteres permitidos según el medio, crece día a día el Espacio Público, ese que en algún tiempo fue el ágora Griega, o más cerca en los años la televisión, entendida como el medio por donde se transmite la “realidad”.

Esta realidad de la que hablamos no es otra de la que hacen referencia Jean Marc Ferry y Dominique Wolton quienes consignan lo siguiente:

Cuando un grupo social —espontáneo o instituido— participa de una deliberación o manifestación respecto de temas de interés colectivo, tal expresión pública de la opinión no participa, sin embargo, del espacio público, si sólo los participantes constituyen el público.

En cambio, desde el momento en que esa manifestación parcial de la opinión se refleja y se difunde aun público más amplio, virtualmente indefinido, gracias a un medio cualquiera —ondas u hojas (radio, televisión, prensa escrita o edición)—, participa del espacio público. Vemos que el concepto de “público”, por consiguiente, es aquí un elemento importante para la definición del espacio público⁷.

⁵ Ibidem

⁶ Ibidem

⁷ Ferry J. M. en *Las transformaciones de la publicidad política*, Ferry, J.M., Wolton, D. y otros. *El nuevo espacio público*. Gedisa, Barcelona, 1992. Tomados de los apuntes de la cátedra de Análisis de la Opinión Pública de Natalio Steconni año 2005, p4.

Es innegable que Internet de a poco está avanzado sobre los otros medios de comunicación, especialmente a la televisión, en cuanto a ser lugares de discusión, tomando como base la anterior definición. Todo lo que pasa allí es Espacio Público, al menos el moderno. Sin embargo, el constante crecimiento de Internet y sus tecnologías dejarían a estos medios a un costado para tomar un mayor espacio de protagonismo.

Bien claro lo dejó el semiólogo Ignacio Ramonet, al hablar sobre la fusión entre AOL y Time-Warner-CNN-EMI en febrero de 2000 que, más pronto que tarde, la Red de red avanzará sobre el resto de los Mass Media.

Con esta fusión, Internet, hasta el momento relativamente independiente, tiende a transformarse en un elemento integrado en el sistema mediático. Y se convierte incluso en una amenaza para los medios tradicionales, en la medida en que supone una plataforma que integra cada vez más la televisión, el cine, la edición, la música, los videojuegos, la información, los datos bursátiles, el deporte, la banca personalizada, la venta anticipada de localidades para espectáculos o billetes de avión, la mensajería electrónica, la información meteorológica, documentación, etc. Internet es ya el único ente, fruto de las nuevas tecnologías de la comunicación, integrado, capaz de suministrar, 24 horas sobre 24, y 7 días sobre 7, informaciones, conocimientos, distracciones, ocio, servicios y compras⁸.

El crecimiento de Internet es un hecho fácilmente demostrable. Ha sido el medio de comunicación que más rápido y vertiginosamente progresó. Y a nuestro entender, no hay límite predeterminado. Hoy en día, el usuario de la Red puede acceder a una película, un partido de fútbol en vivo en cualquier punto del planeta, escuchar la radio, y hasta leer el diario de cualquier país, sin más que “tipear” la dirección URL en cualquier navegador que utilice para moverse por Internet. Claro está todo esto desde la comodidad de su hogar.

Según el site de mediciones de usuarios Internet World Stats, quien realizó una investigación al respecto y actualizó los datos al 31 de diciembre de 2013, las personas que utilizan a este medio son millones:

⁸ Ramonet Ignacio, *La Glosina Visual*, Madrid, Temas de Debate, mayo de 2000, p 20-21.

- 2.802.478.934⁹ usuarios aproximadamente en todo el mundo en 2013, cuando en diciembre del año 2000 existían unos 360.985.492¹⁰.
- 302.006.016¹¹ internautas había hacia 2013 en Latinoamérica y el Caribe, en tanto que en el año 2000 sólo 18.068.919¹².

No se puede agregar mucho con esta considerable alza, estas cifras hablan por sí mismas. No obstante, sí es posible rescatar que no hay una penetración total, ya que según las regiones geográficas, la infraestructura tiene mucho que ver, por lo que en los países avanzados la penetración es mayor que en los más pobres.

En cuanto a los que se refiere a la Argentina, los valores también son importantes y para destacar. Según una investigación realizada por la encuestadora D'Alessio IROL, en el país había hacia 2006 existían unos 10.320.000¹³ usuarios de Internet, cifra muy superadora en comparado a los 1.000.000¹⁴ que, según consigna el mismo informe, había en 2000. No obstante, los números más actuales son más concretos: hacia diciembre de 2013, en el país había 32.268.280¹⁵ usuarios en Internet.

Es por esto que no se puede pasar de largo la fuerza de este medio que une a millones de computadoras a lo largo del mundo. Así, hemos decidido puntualizar nuestra Tesina en los diarios de Internet, y en los comentarios que se suceden en sus noticias, como el lugar en donde se genera el nuevo Espacio Público. Tan importante es ese sitio de debate, que como al principio de esta Introducción ejemplificamos, dos de los medios digitales más importantes de la Argentina le dieron un lugar físico dentro de su espacio virtual para destacarlos.

⁹ World Internet Users and Population Stats, www.internetworldstats.com/stats.htm, consultado el 18 de octubre de 2014.

¹⁰ World Internet Users and Population Stats, www.internetworldstats.com/stats.htm, consultado el 14 de mayo de 2009.

¹¹ World Internet Users and Population Stats, consultado el 18 de octubre de 2014, op cit

¹² World Internet Users and Population Stats, consultado el 14 de mayo de 2009, op cit

¹³ D'Alessio IROL, *Internet en Argentina 2005 – 2006*, Argentina, D'Alessio IROL, 2006, p3.

¹⁴ Ibidem, p4.

¹⁵ World Internet Users and Population Stats, consultado el 18 de octubre de 2014, op cit

Para poder llegar a la comprobación de esta premisa se realizará un recorrido completo de los aspectos más relevantes a lo largo de la historia de la Opinión Pública (OP), un concepto con infinidad de aristas interesante y que sin duda servirán para aplicarlas en nuestra idea de nuevo Espacio Público. Así, recorreremos varias definiciones sobre OP que han ofrecido filósofos y especialistas en política a lo largo del tiempo, tales como “Opinión de los Ciudadanos”,¹⁶ de Aristóteles, “Fuerza política que sostiene o derriba a los gobiernos”¹⁷, de David Hume, o más reciente: “Expresión de cualquier colectivo que tenga capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado pero de exposición pública en un ámbito visible”¹⁸, de Orlando D’Adamo.

Tras este recorrido se podrá construir una posible definición de Espacio Público, ese lugar en donde se debaten las ideas sobre los temas que aquejan a los ciudadanos, figura que nosotros proponemos para los comentarios posteriores a las notas periodísticas en los medios online en la presente tesina.

Tal como afirmamos, estas discusiones de intercambios de ideas y opiniones, hoy se ven en los diarios digitales. Expresiones de alta calidad intelectual, e insultos de los más burdos se mezclan entre los comentarios que dejan los usuarios en los medios. Ellos formarían el nuevo Espacio Público.

En una segunda parte de esta Tesina se desandará el camino de Internet. Desde sus comienzo como un simple proyecto para evitar la incomunicación en la Guerra Fría hasta el soberbio crecimiento de hoy en día.

¿Por qué la Web hoy es un fenómeno que no tiene techo y que en poco tiempo logró metas que ningún otro medio alcanzó? Para entender esto, habrá que introducirse en los anales de este herramienta, hoy tan popular, pero que en un comienzo era para unos pocos.

¹⁶ D’Adamo, Orlando y otros, *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras?*, Buenos Aires, Editorial Belgrano, 2000, p88.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Ibidem

En ese segundo capítulo se nombrarán los aspectos técnicos de Internet y todas las herramientas que hoy en día hacen tan fácil su utilización, y que sin duda, colaboraron a esta explosión que sólo conoce de una frontera: el acceso a una computadora.

Cómo fue la primera conexión, qué pensaron al respecto sus creadores y qué ocurrió después con ese trabajo, que en poco menos de medio siglo revolucionó el mundo de las comunicaciones. Las estadísticas de Internet de hoy en día, una red que en gran parte del planeta es protagonista de transacciones millonarias, como así también de la vida de las personas.

Además, se explicará el proceso de participación de los usuarios de la misma, ya sea desde los Foros, Facebook u otras herramientas tecnológicas que hoy también aparecen en los medios digitales y que permiten polemizar sobre un tema en cuestión.

¿Qué es la web 2.0? ¿De qué se trata, cómo se aplica en la vida de las personas? Este nuevo fenómeno, que en poco tiempo será viejo por la vorágine de los avances tecnológicos ha cambiado para siempre el papel de Internet en el mundo entero. Con la llegada de esto, los internautas también se encargaron de crear contenidos en Internet. El papel del 2.0 dentro de nuestro trabajo es vital: la participación y el feedback son la pieza clave de la hipótesis de esta Tesina.

Por otro lado, se tendrán en cuenta definiciones de los autores Tomás Maldonado, Manuel Castells, José Luis Orihuela, entre otros, que servirán para entender este fenómeno.

Aparte de lo enumerado, también servirán a este trabajo diferentes notas periodísticas que tratan el tema de Internet, para poder ver cómo es su injerencia en la vida diaria de los seres humanos y los alcances que posee.

Por último se harán entrevistas de corta duración a periodistas, políticos, y especialistas en medios online preguntando aspectos específicos sobre el tema